



Особенности И Классификация Факторов, Влияющих На Развитие Обувных Производств

Расулов Нозимжон Набиджонович

доцент кафедры “Менеджмент”,

Ферганского политехнического института, Узбекистан, г. Фергана

Аннотация: Данная статья представляет обзор и классификацию факторов, влияющих на развитие обувных производств. В статье рассматриваются основные категории факторов: экономические, демографические, технологические и социально-культурные. В каждой из категорий обозначены ключевые аспекты и их влияние на отрасль. Экономические факторы включают уровень доходов населения и стоимость производства. Демографические факторы охватывают размер населения и его возрастную структуру. Технологические факторы связаны с автоматизацией производства и применением новых материалов. Социально-культурные факторы включают модные тенденции и стандарты комфорта.

Ключевые слова: обувные производства, развитие, факторы, классификация, экономические факторы, демографические факторы, технологические факторы, социально-культурные факторы, модные тенденции, устойчивость и этичность.

Введение

Обувная промышленность играет важную роль в экономике многих стран, обеспечивая спросом и предложением обуви. Развитие данной отрасли зависит от множества факторов, которые влияют на ее эффективность и конкурентоспособность. Понимание особенностей и классификации этих факторов является необходимым для анализа конкретных проблем и решений в контексте развития обувных производств.

Особенности и классификация факторов, влияющих на развитие обувных производств, является актуальным и важным объектом исследования. Каждый фактор имеет свои особенности и может оказывать различные влияния на процессы производства и рынок обуви. Понимание этих особенностей позволяет разрабатывать эффективные стратегии и меры для развития обувной промышленности.

Классификация факторов, в свою очередь, позволяет систематизировать и выделить основные группы факторов влияния на обувные производства. Классификация может осуществляться по различным критериям, таким как экономические, социальные, технологические и демографические аспекты и т.д. Это помогает проанализировать и оценить влияние конкретных факторов и их взаимосвязь друг с другом. Цель данной статьи - рассмотреть особенности и провести классификацию факторов, влияющих на развитие обувных производств. Мы рассмотрим макроэкономические, демографические, технологические и социальные факторы, а также их подклассы, чтобы получить полное представление о влиянии этих факторов на отрасль обувного производства.

Используя систематизацию факторов и их классификацию, мы сможем более точно анализировать и предсказывать изменения в обувном рынке, а также разрабатывать эффективные стратегии и меры для развития и преодоления вызовов данной отрасли. Это позволит создать более устойчивую и конкурентоспособную обувную промышленность, которая будет способна адаптироваться к меняющимся условиям и требованиям рынка.



Макроэкономические факторы

Макроэкономические факторы играют важную роль в влиянии на развитие обувных производств. Они охватывают широкий спектр экономических показателей, включая уровень экономического развития страны, инфляцию, ставки процента, уровень безработицы и другие.

Уровень экономического развития является одним из основных макроэкономических факторов, влияющих на спрос на обувь. В странах с развивающейся экономикой часто наблюдается рост доходов населения, что ведет к увеличению покупательной способности и повышению спроса на качественную обувь. В то же время, в странах с развитыми экономиками, спрос на модную и высококачественную обувь может возрастать вследствие более высоких уровней доходов и изменения вкусов потребителей.

Инфляция - еще один макроэкономический фактор, который оказывает влияние на обувные производства. Повышение уровня инфляции может привести к увеличению цен на сырье, энергию, транспорт и другие компоненты производства обуви. Если обувные производства не могут полностью передать эти затраты на потребителей, их прибыль может сократиться, а конкурентоспособность на рынке может пострадать.

Ставки процента также оказывают влияние на развитие обувных производств, особенно в контексте инвестиций и финансирования. Низкие ставки процента могут стимулировать инвестиции в расширение и модернизацию производства обуви, а также способствовать потребительскому спросу на кредит для покупки обуви.

Уровень безработицы - еще один важный макроэкономический фактор, влияющий на обувные производства. Высокий уровень безработицы может оказывать давление на спрос на обувь, поскольку потребители могут быть ограничены в своих финансовых возможностях и снижении покупательской способности. В то же время, низкий уровень безработицы может стимулировать рост зарплат и спрос на обувь.

Общая макроэкономическая ситуация также играет роль в влиянии на развитие обувных производств. Нестабильность в мировой экономике, всеобщий спад или рост экономики могут повлиять на спрос и предложение в отрасли обувного производства, а также на конкурентоспособность и прибыльность предприятий.

Вывод: Макроэкономические факторы являются важными детерминантами развития обувных производств. Уровень экономического развития, инфляция, ставки процента, безработица и общая макроэкономическая ситуация оказывают непосредственное влияние на спрос, предложение и конкурентоспособность в отрасли обувного производства.

Демографические факторы

Демографические факторы также играют важную роль в развитии обувных производств. Они охватывают все аспекты населения, включая его размер, возрастную структуру, географическое распределение и изменения в демографическом составе.

Первым и одним из наиболее важных демографических факторов является размер населения. Увеличение населения в различных регионах и странах может приводить к увеличению спроса на обувь. Большое количество людей требует больше обуви, что может способствовать развитию обувных производств и повышению их объемов производства.

Возрастная структура населения также важна при анализе развития обувных производств. Изменения в возрастном составе могут влиять на спрос на различные виды обуви. Например, в странах с быстро стареющим населением спрос на комфортную и ортопедическую обувь может возрастать, в то время как в молодых странах спрос на



спортивную или модную обувь может быть выше. Обувные производства должны учитывать эти изменения в возрастной структуре населения и адаптировать свою производственную программу соответственно.

Географическое распределение населения также имеет влияние на развитие обувных производств. Спрос на обувь может отличаться в различных регионах и странах в зависимости от климатических условий, культурных предпочтений и стандартов жизни. Например, в странах с теплым климатом спрос на летнюю обувь может быть выше, в то время как в странах с холодным климатом спрос на зимнюю обувь может преобладать. Также, культурные особенности и требования к обуви могут различаться в разных странах.

Изменения в демографическом составе также оказывают влияние на обувные производства. Например, изменение соотношения мужчин и женщин в населении, изменение количества домохозяйств и размеров семей может привести к изменению спроса на различные виды обуви.

Вывод: Демографические факторы, такие как размер населения, возрастная структура, географическое распределение и изменения в демографическом составе, оказывают влияние на развитие обувных производств. Изменения в населении и возрастной структуре, географическое распределение и изменения в демографическом составе могут изменять спрос на обувь и требования к ней. Анализ этих демографических факторов позволяет обувным производствам адаптировать свою производственную программу и стратегию развития с учетом изменяющихся потребностей и требований рынка.

Технологические факторы

Технологические факторы играют ключевую роль в развитии обувных производств. Быстрый прогресс в технологической сфере и инновации в производственных процессах имеют значительное влияние на конкурентоспособность и эффективность обувной отрасли.

Одним из наиболее важных технологических факторов в обувной промышленности является автоматизация производства. Внедрение современных автоматических и роботизированных систем позволяет снизить затраты на рабочую силу, повысить эффективность производства, снизить риски ошибок и улучшить качество и точность изготовления обуви. Автоматизация также позволяет сократить производственные циклы и улучшить гибкость в процессе производства, что особенно важно для быстро изменяющихся требований рынка.

Другой важный технологический фактор - это применение новых материалов и инновационных технологий в производстве обуви. Разработка новых материалов с улучшенными свойствами, таких как прочность, гибкость, водонепроницаемость или дышащие свойства, позволяет создавать более комфортные и функциональные обувные изделия. Также, внедрение новых технологий в процессе производства, таких как трехмерный моделинг, сканирование стопы для индивидуального подбора обуви и применение энергосберегающих и экологических технологий, способствуют повышению качества и устойчивости обуви, а также улучшению производственных процессов.

Появление электронной коммерции и развитие онлайн-торговли также являются технологическим фактором, влияющим на обувные производства. Онлайн-покупки обуви становятся все популярнее, и компании обязаны учитывать эту тенденцию, создавая пользовательские интерфейсы, интегрированные онлайн-платформы и эффективные службы доставки. Технологический прогресс также поддерживает развитие маркетплейсов и онлайн-платформ, которые позволяют компаниям эффективно



представить свою продукцию и привлечь широкую аудиторию.

Вывод: Технологические факторы являются ключевыми детерминантами развития обувных производств. Автоматизация производства, использование новых материалов и инновационных технологий, развитие электронной коммерции и онлайн-торговли - все это оказывает существенное влияние на эффективность, качество и конкурентоспособность обувной отрасли. Обувные производства должны следить за технологическими тенденциями, разрабатывать инновационные решения и внедрять передовые технологии, чтобы быть успешными и адаптироваться к требованиям современного рынка.

Социальные и культурные факторы

Социальные и культурные факторы играют важную роль в развитии обувных производств. Они включают в себя общественные предпочтения, модные тенденции, стандарты красоты и комфорта, социальные обычаи и требования к обуви. Одним из основных социальных и культурных факторов являются модные тенденции. Потребители стремятся следовать модным тенденциям и требуют обновления своей обувной коллекции в соответствии с последними модными стилями и дизайнерскими трендами. Быстро меняющаяся мода требует от обувных производств быть гибкими и внимательными к социальным и модным требованиям рынка.

Стандарты красоты и комфорта также оказывают влияние на развитие обувных производств. Различные культуры и социальные группы могут иметь разные представления о том, какая обувь является привлекательной и комфортной. Например, в некоторых культурах скромность и комфорт могут быть важнее, в то время как в других - высокое качество и эстетика. Обувные производства должны учитывать эти различия в стандартах красоты и комфорта, чтобы удовлетворить потребности и предпочтения различных групп потребителей.

Социальные обычаи и требования также оказывают влияние на обувные производства. Например, в некоторых культурах существуют особые требования к обуви для специальных событий или религиозных церемоний. Обувные производства должны учитывать эти социальные обычаи и требования, чтобы предлагать соответствующие модели обуви для этих случаев.

Социальное восприятие и требования к устойчивости и этичности также становятся все важнее для развития обувных производств. Потребители становятся все более осознанными и чувствительными к экологическим вопросам и социальной ответственности производителей. Обувные производства должны удовлетворять требованиям по устойчивому производству, использованию экологически чистых материалов и улучшению условий рабочих мест.

Вывод: Социальные и культурные факторы оказывают значительное влияние на развитие обувных производств. Модные тенденции, стандарты красоты и комфорта, социальные обычаи и требования, а также требования к устойчивости и этичности - все это факторы, которые обувные производства должны учитывать и адаптироваться к ним. Анализ социальных и культурных факторов позволяет предприятиям разрабатывать продукты, которые отвечают потребностям и предпочтениям различных групп потребителей и соответствуют текущим модным и этическим трендам.

Заключение

В статье мы рассмотрели основные факторы, влияющие на развитие обувных производств, и классифицировали их в четыре категории - экономические, демографические, технологические и социально-культурные.

Экономические факторы, такие как уровень доходов населения, инфляция,



стоимость производства и конкуренция на рынке, имеют прямое влияние на спрос и предложение обуви. Обувные производства должны учитывать эти экономические условия и адаптировать свою стратегию развития и ценообразование в соответствии с ними.

Демографические факторы, такие как размер населения, возрастная структура, географическое распределение и изменения в демографическом составе, определяют спрос на различные виды обуви. Развитие обувных производств должно учитывать эти демографические тренды и адаптироваться к требованиям и предпочтениям разных групп потребителей.

Технологические факторы, такие как автоматизация производства, использование новых материалов и технологий, а также развитие онлайн-торговли, имеют значительное влияние на эффективность, качество и конкурентоспособность обувных производств. Они требуют постоянного внедрения новых технологий и инноваций, чтобы соответствовать современным требованиям рынка.

Социально-культурные факторы, включая модные тенденции, стандарты красоты и комфорта, социальные обычаи и требования, а также требования к устойчивости и этичности, создают дополнительные условия для развития обувных производств. Обувные компании должны следить за социальными и культурными тенденциями, чтобы предлагать продукты, которые отвечают потребностям и предпочтениям различных групп потребителей.

В целом, успешное развитие обувных производств зависит от учета и адаптации к различным факторам, влияющим на данную отрасль. Компании должны проводить систематический анализ и исследования, чтобы определить и прогнозировать изменения в экономических, демографических, технологических и социально-культурных условиях и адаптировать свои стратегии роста и производственные процессы в соответствии с ними.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Улугбеков А.А. Основные факторы, влияющие на развитие обувной промышленности в Узбекистане // Вестник Ташкентского государственного технического университета. – 2018. – № 2. – С. 78-83.
2. Каримов Н.Н. Экономические аспекты развития обувной промышленности в Узбекистане // Инновационная экономика и рынок. – 2019. – № 3. – С. 45-50.
3. Якушева М.В. Факторы влияния на развитие обувной промышленности в России // Экономика и управление. – 2017. – № 4(39). – С. 78-83.
4. Петров А.И. Технологические инновации в обувной промышленности России // Вестник Тюменского государственного университета. – 2016. – Т. 1, № 7. – С. 102-108.
5. Магазов М.Н. Демографический фактор как основа выбора моделей обуви // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2018. – Т. 14, № 12(351). – С. 2441-2448.
6. Абдуллаева Д.А. Влияние социально-культурных факторов на развитие обувной промышленности в Узбекистане // Проблемы экономики и управления. – 2019. – № 5. – С. 72-77.
7. Смирнова Е.В. Технологические факторы развития обувной промышленности в России // Вестник Белгородского государственного технологического университета имени В.Г. Шухова. – 2018. – Т. 7. – С. 102-107.
8. Турдиев О.У. Экономическая эффективность обувных производств в Узбекистане // Современные научные исследования и инновации. – 2020. – Т. 6, № 2. – С. 221-227.



9. Леонтьева Н.А. Демографические факторы в развитии обувной промышленности в России // Вестник Магнитогорского государственного технического университета имени Г.И. Носова. – 2016. – Т. 14, № 2. – С. 35-42.
10. Ёрматов Ильмидин Тошматович. (2024). Искусственный интеллект и эффективность работы текстильных предприятий в Узбекистане. Международный журнал исследований в области управления бизнесом, экономики и стратегии, 3 (3), 115–120. Получено с <https://scholarsdigest.org/index.php/bmes/article/view/611>.
11. Toshmatovich, Y. I. (2023). The role of the state and the international community in the fight against poverty in Uzbekistan. Web of Humanities: Journal of Social Science and Humanitarian Research, 1(6), 4-7.
12. I.T. Yormatov, & Sh. Tudiboev. (2022). KICHIK BIZNESNING KATTA IMKONIYATLARI. Prospects of development of science and education, 1(2). 41-46. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7047923>
13. Расулов Н.Н. Повышение эффективности управления диверсификацией деятельности предприятий обувной промышленности. Наука сегодня: проблемы и пути решения. (материалы международной научно-практической конференции) г. Вологда, 25 марта 2020 г. – Вологда: ООО «Маркер», 2020, 104 б.
14. Расулов Н.Н. Пойафзал маҳсулотлари маркетингида товар ассортиментини стратегик режалаштириш. Иқтисодийнинг ижтимоий секторини ривожлантиришнинг долзарб масалалари: миллий ва хорижий тажриба. Халқаро илмий-амалий конференция – Андижон.: АДУ,2020, 360 б.
15. Расулов Н.Н. Содержание и направления развития маркетинговой деятельности обувной продукции в условиях инновационных преобразований. // International Scientific Journal Theoretical & Applied Science. p- ISSN: 2308-4944 (print), e - ISSN: 2409-0085 (online) Year: 2019 Issue: 10 Volume: 78. 474-480 б.
16. Расулов Н.Н. Пойафзал маҳсулотлари бозорини шаклланиш ва ривожланишида маркетинг. // Иқтисодиёт ва таълим. 2019 й. 6-сон. 56-61 б. (08.00.00. № 11)
17. Расулов Н.Н. Пойафзал маҳсулотлари бозорида маркетинг фаолияти ва уни амалга оширилиши. // Сервис. 2019 й, 3-махсус сони. 131-135 б. (08.00.00. №
18. Расулов Н.Н. Особенности маркетинга потребительских товаров в условиях стратегического развития. «Иқтисодий ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш йўналишлари». (Республика илмий-амалий анжумани материаллари). – Фарғона, 2015 йил, 206-207 б.
19. Расулов Н.Н. Замонавий пойафзал саноатини ташкил қилишда тадбиркорлик. «Тадбиркорлик менежменти: назария, амалиёт, истиқбол». (Республика илмий-амалий анжумани) – Тошкент, 2008 й, 225-227 б.
20. Расулов Н.Н. Бозор иқтисодиёти шароитида нарх навони шаклланиши ва унда маркетинг тамойилидан фойдаланиш. (Республика илмий- амалий конференцияси). – Тошкент, 2008, 217-219 б. II бўлим (II часть; II part)
21. Жумаев О.С., Расулов Н.Н. Истеъмол товарлари бозорида прогнозлаш усулларини такомиллаштириш. // Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. 2021 йил, 3-сон, 221-231 б. https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/11884
22. Ёрматов И., Расулов Н.Н. Маркетинг ислохотларини чуқурлаштириш ва ривожланишини таҳлил қилиш. «Иқтисодий ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш йўналишлари» (Республика илмий-амалий анжумани материаллари). – Фарғона, 2015 йил, 171 б.